

# 警惕“山寨”食品借搭售冒头

“远看是金典牛奶,近看却发现是全典牛奶”“包装很类似,也是橙汁,名字却叫橙果粒”……“山寨”食品是外观与正品类似,价格却便宜很多的产品,有的虽然是合规厂家生产,但有侵权嫌疑;有的没有生产资质,缺乏食品安全保障。

近年来,“山寨”食品在网购、外卖以及一些线下零食店再次冒头,值得关注和警惕。

## “山寨”食品借新渠道销售

长期以来,“山寨”食品较多出现在农村市场。江西鄱阳县读者余女士今年春节回老家过年时就发现,年夜饭上的椰汁味道“不太对劲,香精味很重”,细看才发现是一款外观与某椰汁品牌高度相似、质量却大打折扣的椰汁。

“家里的老人眼神不是很好,很难及时辨认出是不是‘山寨’食品。加上这些杂牌饮料比一般产品便宜不少,老人图便宜就买了。”余女士说。

相对于城市,农村地区地域广、居住分散,监管难度较大。许多小商贩利用农村地区监管人力相对不足的漏洞,售卖“山寨”食品。浙江宁波市读者郑建钢发现,农村“山寨”食品大多由附近的小商品店、集市或者批发市场售卖,产自小作坊,没有严格的食品安全标准,“正品售价高,购买量少,小商品店一般不进货。此外,农村消费者对不同商标的区别不敏感,买到‘山寨’货也缺乏投诉的意识。”

今年成都、德阳、眉山、资阳四市消委会联合发布农村消费环境评议调查报告显示,农村消费者受传统消费观念影响,习惯于节俭生活,同时相对缺乏科学消费理念和知识,容易上当受骗。一些农村地区市场监管力量不足,出现商品和售后服务质量问题,较难得到及时有效处理,影响了农村消费者的消费信心。

随着网络购物的兴起,“山寨”食品蔓延至线上平台。不少商家将“山寨”饮料与餐食打包成套餐捆绑销售,部分商家还会使用“收藏店铺送饮料”或“低价加购饮料”等促销手段吸引顾客购买。导致“山寨”食品混入外卖平台、线上购物、直播间下单的赠品行列。

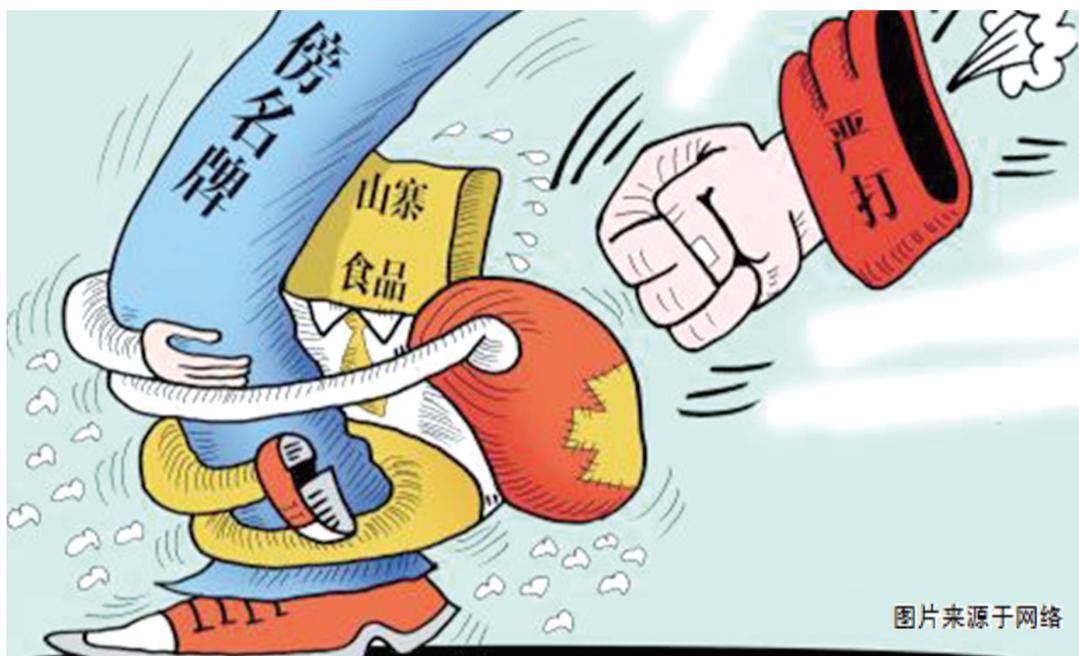
作为经常点外卖的上班族,吉林白山市读者刘女士反映:“几乎每次点外卖都会同时收到一盒没听过品牌的饮料,从线上看宣传照,包装同一些知名品牌的饮料很相似,拿到才发现是个听都没听过的品牌。喝起来口味也不同,有一股劣质香精味道。”刘女士表示,套餐比单点优惠不少,她只好每次都备注“不要送饮料”,但有时还会收到。

也有读者表示,在线上购物时,消费者无法直接观察商品,容易被“山寨”食品所误导,从而做出错误的判断。网上销售蓬勃发展,也对打击“山寨”食品提出了新挑战。

## 扰乱市场竞争秩序 消费者维权困难

事实上,“山寨”食品除了消费者所说的口感不佳之外,还隐藏着食品安全隐患。不少读者对“山寨”食品包装上的营养成分表提出疑问,“有的配料表上出现白砂糖、水果浓缩汁,营养成分表中热量、碳水化合物等各项指标却为‘0’,还有的堪称是糖精、香精、色精勾兑出来的‘三精’水”。

目前,我国对于饮料有食品安全国家标准(GB7101—2015),但多款“山寨”杂牌饮料包装上,生产标准代号五花八门,以其中一款“战燃”牌冰红茶为例,执行标准为Q/PTFY0001S,属于企业标准,而且无法查询到相关产品信息,对产品质量不具有保障意义。更有甚者,食品标签上缺失生产相关信息甚至没有标签,不符合生产标准。广东广州市读者陆女士来信反映,自己收到网购的食品“脏兮兮的,经过仔细查验发现,产品没有生产许可证,且生产公司已经注销,属于来路不明的假冒伪劣食品”。



图片来源于网络

此外,部分食品甚至“碰瓷”药品,进行售卖。例如“咪啫莫特”变“咪奎莫特”,“安宫牛磺丸”冒充“安宫牛黄丸”,“蜂产品制品”被包装成“救命药”……安徽合肥市读者吴玲表示,药品有通用名和商品名,被列入国家药品标准的药品名称为药品通用名称,已经作为药品通用名称的,该名称不得作为药品商标使用。可是一些商家却钻空子打“擦边球”,甚至用普通的消字号产品“碰瓷”正规药品,误导消费者。

与此同时,购买“山寨”食品的消费者面临维权难题。一方面,商家打“擦边球”,用货不对板的盗版食品欺骗消费者;另一方面,消费者的维权成本远高于产品价格,使得绝大多数消费者为减少麻烦,宁愿自认倒霉,放弃维权。广西南宁市许女士告诉记者,她曾在下单时多花1元钱加购了一盒“冰红茶”饮料,到手后才发现是与某品牌冰红茶包装配色高度相似的某杂牌冰红茶。许女士找商家理论要求退款,却被商家以“商品标题为‘风味冰红茶’,并未承诺品牌”为由拒绝。“明知他们在狡辩”,许女士不满地说,“但这瓶饮料才1元钱,我实在不想为此再费力气。”

即使部分“山寨”食品符合生产标准,也会扰乱正常市场秩序。实际上,生产售卖“山寨”食品的行为不仅侵犯了消费者权益,还涉嫌不正当竞争。“山寨”食品厂家借助低价策略侵占正品的市场份额,损害了正品企业的利益。反不正当竞争法规定,经营者不得擅自使用与他人有一定影响的商品名称、包装、装潢等相同或者近似的标识,引人误认为是他人商品或者与他人存在特定联系。2021年5月10日,上海知识产权法院二审认定,上海雅滋食品有限公司的商品糖纸装潢与冠生园公司“大白兔”花生牛轧糖的糖纸装潢构成近似,会导致相关公众产生混淆,构成侵权。

然而在司法实践中,并非所有“傍名牌”的“山寨”食品都能被告上法庭。中国贸促会专利商标事务所诉讼事业部副部长李帆介绍,正规生产厂家往往有着规范、清晰、可追溯的供应链和销售渠道,而“山寨”食品在生产以及供销等环节往往比较隐蔽。“这种情况增加了打击侵权和违法行为时的取证和执法难度。无论是侵权认定、行政处罚还是打击违法,证据都是最关键的因素,打击‘山寨’食品就难在此处。”李帆说。

## 加大执法力度 全链条治理“山寨”食品

江西新余市读者廖海金是一名基层市场监督管理人员。他说,目前各地执法水平、认定标准不一。由于执法水平以及法律裁量标准不统一,对“山寨”食品是否构成侵权认定不一致。“对于此类案件,甚至出现了有的地区受理、有的地区不受理的情况,存在监管漏洞。还有一些地方的监管部门对食品造假行为的查处不够及时、不够彻底,导致一些造假者逍遥法外。”

目前,我国对食品造假者的惩罚力度虽然在不断加大,但仍然存在不足之处。

中国人民大学法学院教授刘俊海认为,法律规定的处罚力度相对较轻,难以对造假者形成足够威慑力。一些造假者仅仅受到罚款、吊销营业执照等较轻的处罚,相对于不法行为获取的高额利润,起不到应有的警示作用。他们在利益驱使下,很容易再次铤而走险。

“为了有效遏制食品造假行为,必须对造假者严厉惩处。要完善相关法律法规,提高对食品造假者的处罚标准。对于严重的食品造假行为,要加大刑事处罚力度,不仅要罚款、吊销营业执照,还应依法追究造假者的刑事责任,让不法分子付出沉重代价。”刘俊海说。

针对“山寨”食品在生产以及供销等环节比较隐蔽的问题,李帆建议执法和监管部门利用线上销售的数据进行分析,追溯产品的销售商和生产商,从而掌握侵权主体和行为的相关证据。通过大数据分析、人工智能等信息技术,监管部门可以更高效地识别和追踪“山寨”食品的生产及销售链条,提高执法效率。

“同时,电商平台应建立商品审核机制,对入驻商家进行资质审核和监控,并及时处理消费者的投诉举报。由于‘山寨’食品有别于其他侵权产品,建议电商平台可以针对‘山寨’食品设立专门的投诉渠道和投诉处理机制。”李帆说。

“还应该加强社会监督,鼓励消费者积极举报不正规的食品。”安徽庐江县读者汪代华建议,建立举报奖励制度,对举报属实的消费者给予一定的奖励,提高消费者的监督积极性。

来源:人民日报